

Klubbmøtet 01.11.2017 med 24 medlemmer

Foredrag ved Arne Eggen Try reklamebyrå.

5 minutter om klubbens hjemmeside

Per Ingvar brukte de første minuttene til å vise nytt om hjemmesiden og viste hvordan man nå kan logge på Medlemssidene med et felles brukernavn og passord.



The screenshot shows the website for Bekkestua Rotaryklubb, Distrikt 2310. The header includes the Rotary logo and the club name. A search bar is labeled 'MIN SIDE'. The navigation menu contains: HJEM, OM ROTARY, KLUBBEN, NYHETER, PRISUTDELINGER, PROSJEKTER, KONTAKT OSS, MEDLEMSSIDER, and CLUB FINDER. Below the menu, there is a 'SOSIALE MEDIER' section with icons for Facebook, Twitter, and Instagram. A 'MØTEINFORMASJON' section lists: Møtested: Gjøttes gård, Adresse: Gml. Ringeriksvei 56, Postnummer: 1357. To the right is a large image of a statue of a man playing a trumpet, with a building in the background.



3 minutter v / Hans Emil

Blå sløyfe kampanjen er en kampanje for å støtte forskning relatert til Prostatakreft i regi av Kreftforeningen. Hans Emil kom med følgende oppfordring: Støtt opp om denne aksjonen. Du kan bidra ved å sende valgfritt beløp til 2255. Her kan du lese mer om aksjonen:

<https://kreftforeningen.no/blasloyfe/stott-bla-sloyfe/>



Foredrag ved Arne Eggen – partner i Try reklamebyrå, om Moderne markedsføring

Arne Eggen, partner i Try reklamebyrå delte sine refleksjoner og ga oss et spennende innblikk i DnB sine kampanjer for å omforme DnB til den beste banken for de unge.

Med en blanding av statistikk og eksempler fikk vi bl.a høre om:

- Et reklamemarked i raskt og enormt skifte
- Papiravisenes dødsdømt
- 35 % andel av reklamemarkedet på internett og sosiale medier
- Nettet overstrømmes av reklame og tradisjonelle boards er fugl fønix
- Direkte reklame i postkassen er på vei ut
- Tradisjonell TV (lineær) er i raskt fall og medievirksomhetene tilpasser seg nye seermønstre i og med at det digitale TV gir seeren mulighet til å spole seg forbi reklame... Tvinge seeren til å se reklame.
- Mobilten er den viktigste kanalen i det voksende digitale reklamemarkedet
- Facebook og Google er fullstendig dominerende ...Alle nye aktører blir kjøpt opp av disse gigantene til enorme priser.
- Algoritmer dvs regler for hvordan reklame skal tilpasses oss som forbrukere blir stadig mer avanserte, men hans eksempel om at etter at man har eks. kjøpt seg en sykkel på nett vil man bli «bombet» med reklame for den samme sykkel ETTER at man allerede har kjøpt den.. til stor irritasjon for oss forbrukere.
- Fysiske butikker blir «showroom» der kunden eks.vis prøver klær i butikken og deretter gjør selve kjøpet på internett. En Brudesalong i Oslo vil nå innføre en pris på 3000,- for å prøve brudekjoler og gi Kunden vil få refundert dette beløpet forutsatt at kunden kjøper kjolen i butikken og ikke på nettet. Smart !
- DnB : Arne ga oss et morsomt innblikk i DnB sitt samarbeid med Try for å gjøre DnB til den beste banken for de unge kundene. Han krydret presentasjonen med et bra knippe reklamesnutter breddfulle av underfundig humor.